

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE  
DO TURISMO NACIONAL  
**65 DESTINOS INDUTORES**  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL

CURITIBA

2011



## APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos a analisar, a conjugar e a equilibrar os diversos fatores que, para além da atratividade, contribuem para a evolução da atividade turística, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

A metodologia que gera índices em 13 dimensões ligadas à atividade turística permite monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

Este índice tem o intuito de mensurar, de forma objetiva, diversos aspectos – entre eles os econômicos, sociais e ambientais – que indicam o nível de competitividade dos destinos turísticos. A partir da identificação e do acompanhamento de indicadores objetivos, e da geração de um diagnóstico da realidade local, torna-se mais viável a definição de ações e de políticas públicas que visem o desenvolvimento da atividade turística.

O presente relatório apresenta individualmente os valores obtidos pelo destino nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas pela Fundação Getulio Vargas no município entre os meses de agosto e outubro de 2011.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a FGV esperam fornecer aos destinos turísticos indicadores nacionais de eficiência que delineiem um termômetro da realidade da atividade no País. Conhecendo os aspectos passíveis de mensuração, cada destino verá ampliada sua capacidade de gestão dos recursos disponíveis e de intervenção sobre seus pontos fortes e fracos.

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do  
Turismo



## SUMÁRIO

<b>1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ASPECTOS GERAIS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>8</b>
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral .....	11
3.3 Acesso .....	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos .....	16
3.5 Atrativos turísticos .....	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional .....	25
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local .....	31
3.11 Capacidade empresarial.....	33
3.12 Aspectos sociais.....	35
3.13 Aspectos ambientais .....	37
3.14 Aspectos culturais .....	40
<b>4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE .....</b>	<b>43</b>

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários em 13 dimensões:

- 1 - Infraestrutura geral
- 2 - Acesso
- 3 - Serviços e equipamentos turísticos
- 4 - Atrativos turísticos
- 5 - Marketing e promoção do destino
- 6 - Políticas públicas
- 7 - Cooperação regional
- 8 - Monitoramento
- 9 - Economia local
- 10 - Capacidade empresarial
- 11 - Aspectos sociais
- 12 - Aspectos ambientais
- 13 - Aspectos culturais.

As perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o índice de competitividade do destino turístico, isto é, mensuram ***a capacidade crescente de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.***

Com base nas informações coletadas, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos às variáveis, gerando notas para cada dimensão. Utilizou-se, por sua vez, um conjunto de pesos na ponderação das dimensões, que resultou em um índice global de competitividade do destino.

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100<sup>1</sup>.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 21 a 40 pontos - apesar de expor uma situação mais favorável do que a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das quatro edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média

---

<sup>1</sup> Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

capitais, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não precisam, necessariamente, atingir o índice mais alto em todas as dimensões.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para desenvolver um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

O principal objetivo deste relatório é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas, norteando a elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

## 2. ASPECTOS GERAIS

Curitiba é a capital do estado do Paraná, na região Sul do país. Com uma população de 1.751.907 habitantes e 435,274km<sup>2</sup> de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$43.319.254.033,00 e PIB *per capita* de R\$23.696,43, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística Rotas do Pinhão – Curitiba e Região Metropolitana, juntamente com municípios como Paranaguá e Morretes. Os principais segmentos turísticos nos quais Curitiba é comercializado são Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Cultural e Turismo de Saúde.

Os principais atrativos de Curitiba, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Jardim Botânico, o Parque Tingui, o Museu Oscar Niemeyer e o Paço da Liberdade, além dos eventos programados Festival de Teatro de Curitiba e Natal HSBC.

Curitiba conta com uma oferta de serviços e equipamentos com 284 meios de hospedagem (RAIS), 3.460 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 215 guias de turismo (CADASTUR).

### 3. RESULTADOS

A pesquisa em Curitiba foi realizada entre os dias 19 e 23 de setembro de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Além disso, aplicou-se o método de observação *in loco* como forma de compor a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a metodologia contemplou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

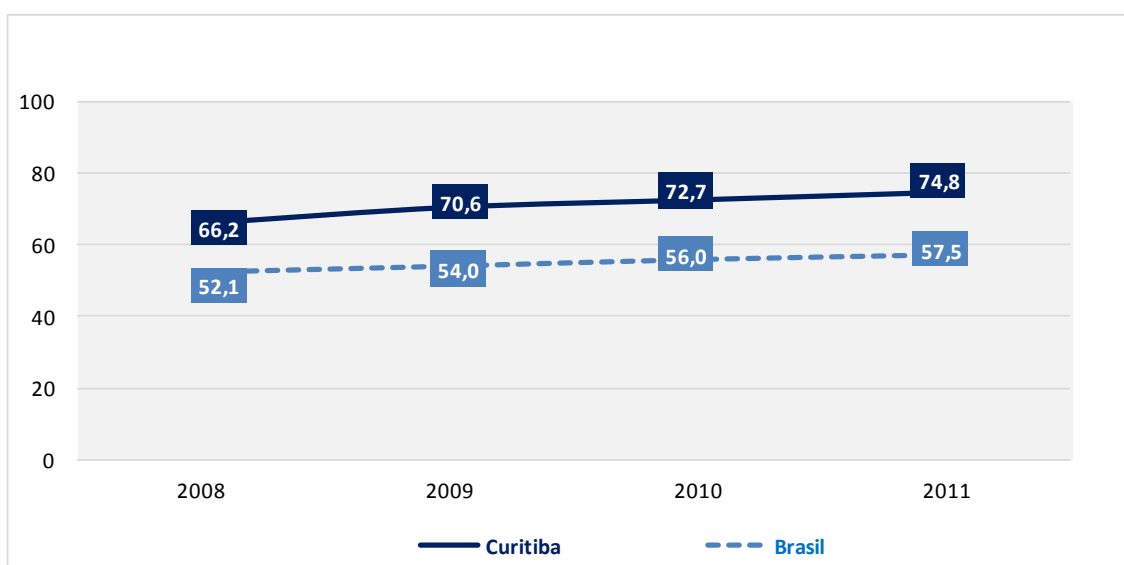
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

#### 3.1 Índice geral

O índice geral de competitividade do destino turístico indutor refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas.

O índice geral do destino em 2011 foi 74,8 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (72,7), como é possível conferir no gráfico 1:

Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011

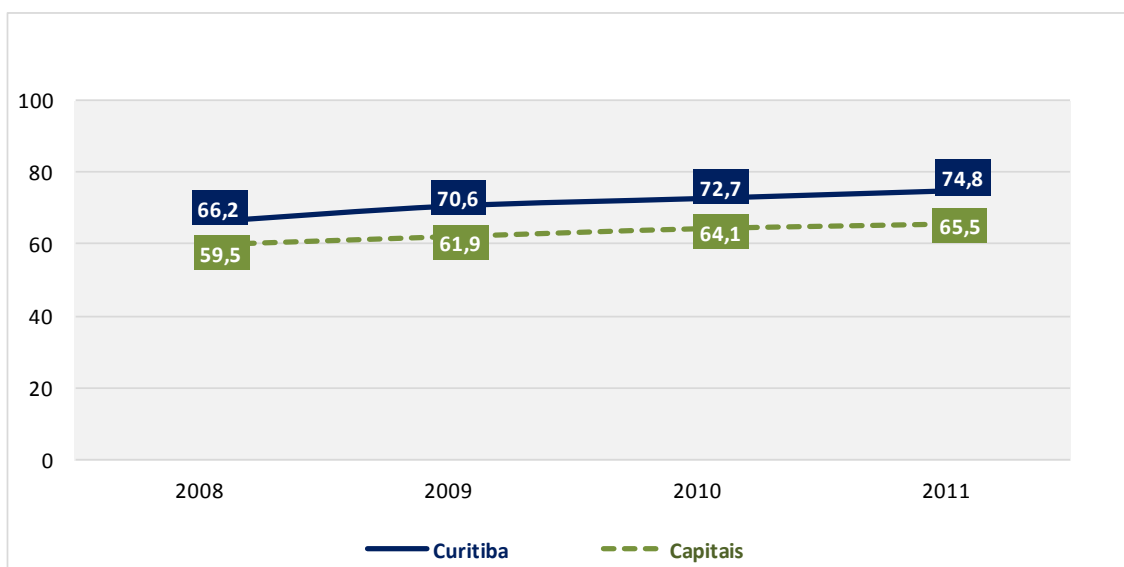




É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. Em 2011, constatou-se a evolução do índice; porém o destino manteve o seu nível de competitividade no nível 4.

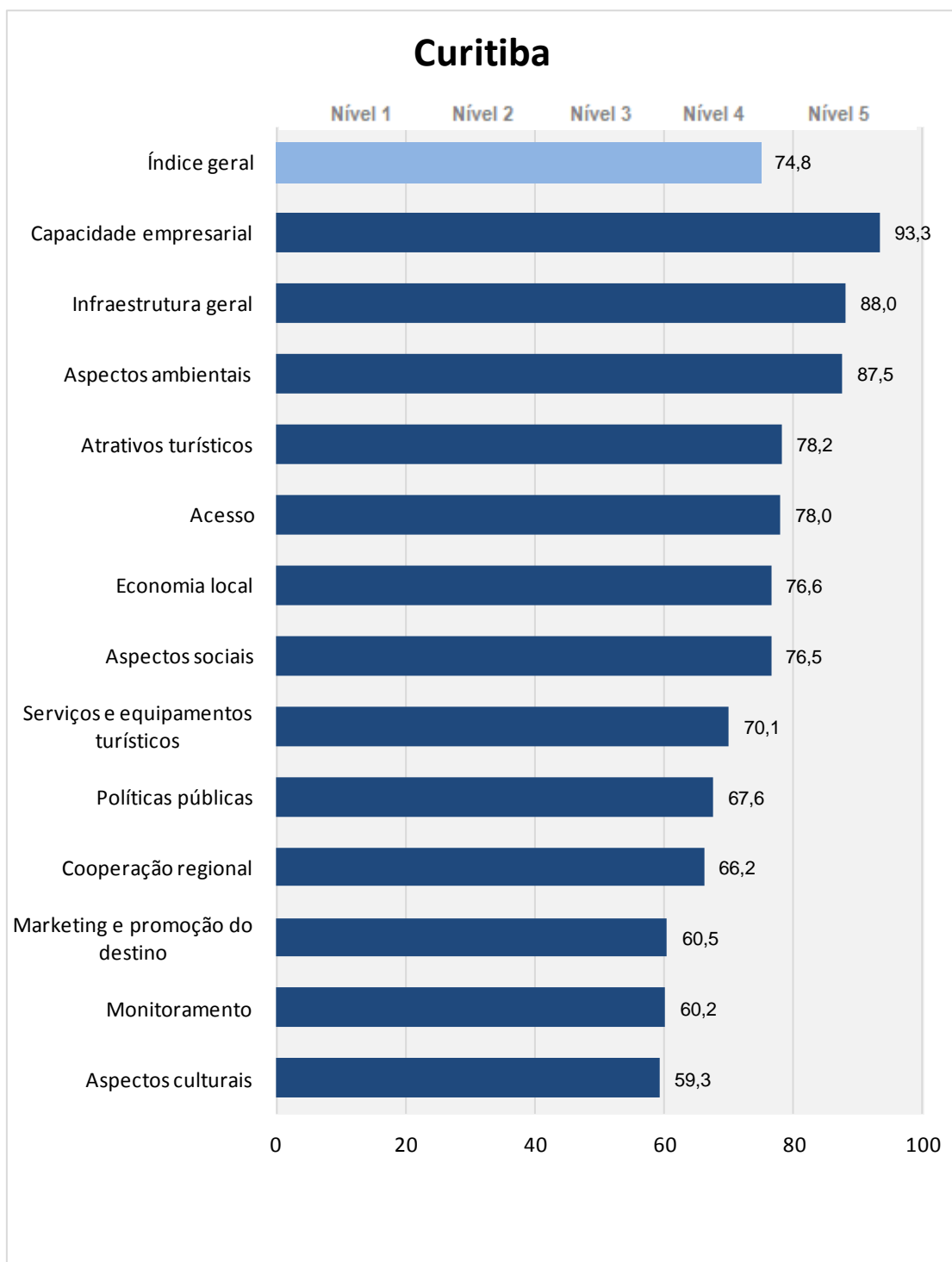
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 57,5. A média dos índices das capitais foi de 65,5.

**Gráfico 2. Índices gerais de competitividade – destino x capitais: 2008-2011**



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 03 dimensões alcançaram o nível 5 de competitividade (81 a 100) e 07 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, as dimensões *Marketing e promoção do destino*, *Monitoramento* e *Aspectos culturais* registraram índices referentes ao nível 3 (41 a 60), o menor nível registrado pelo destino.

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

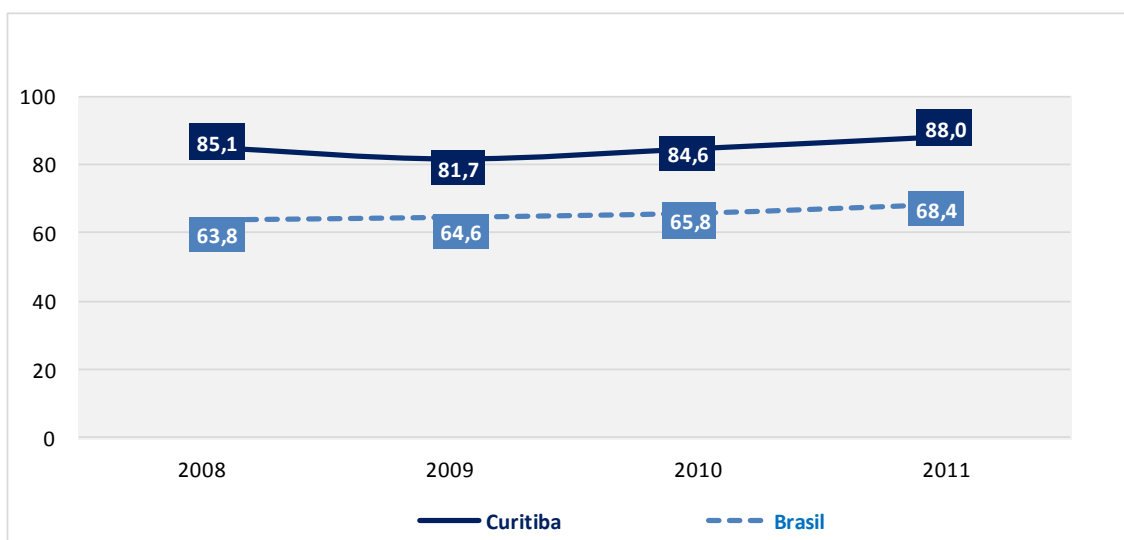


### 3.2 Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

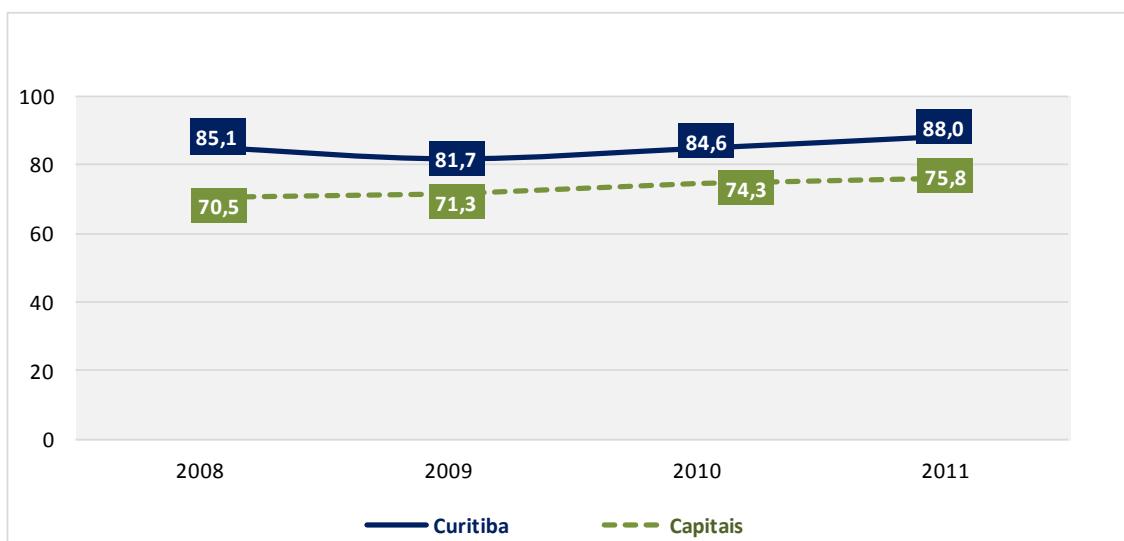
Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Curitiba registrou 88,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 75,8 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 5. Índices infraestrutura geral – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Existência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Núcleos de Defesa Civil em cada regional;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana;
- Oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, parques, estátuas, iluminação cenográfica permanente e fiação subterrânea;
- Estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano e de áreas verdes.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um grupamento da Polícia Militar especializado no atendimento ao turista;
- O fato de não haver reforço do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou grandes eventos;
- Número insuficiente de banheiros públicos no entorno das áreas turísticas;
- Não há espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

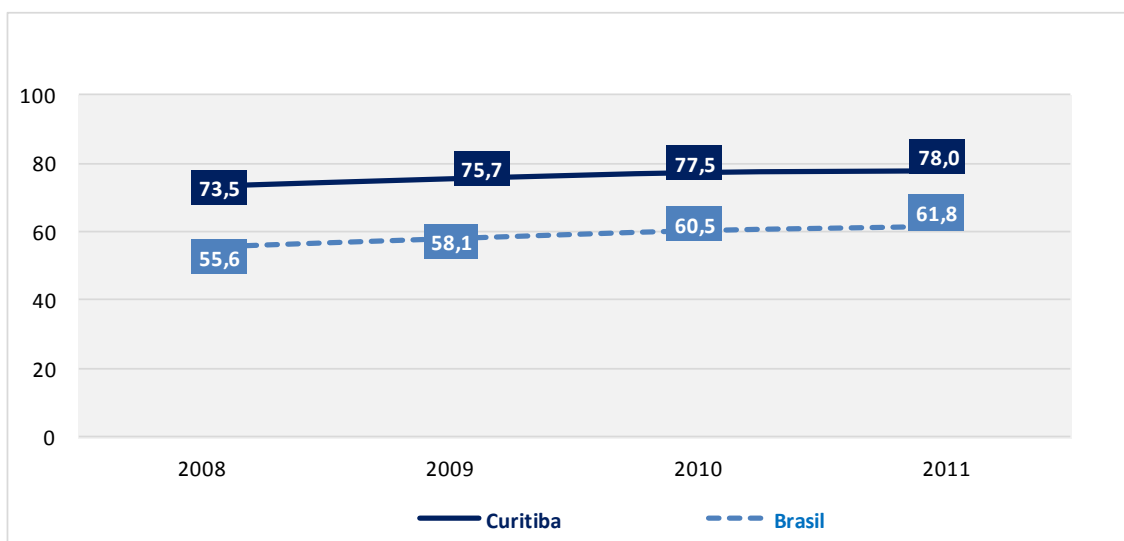
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

### **3.3 Acesso**

Nesta dimensão foram analisadas as seguintes variáveis: (i) acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissivos de turistas.

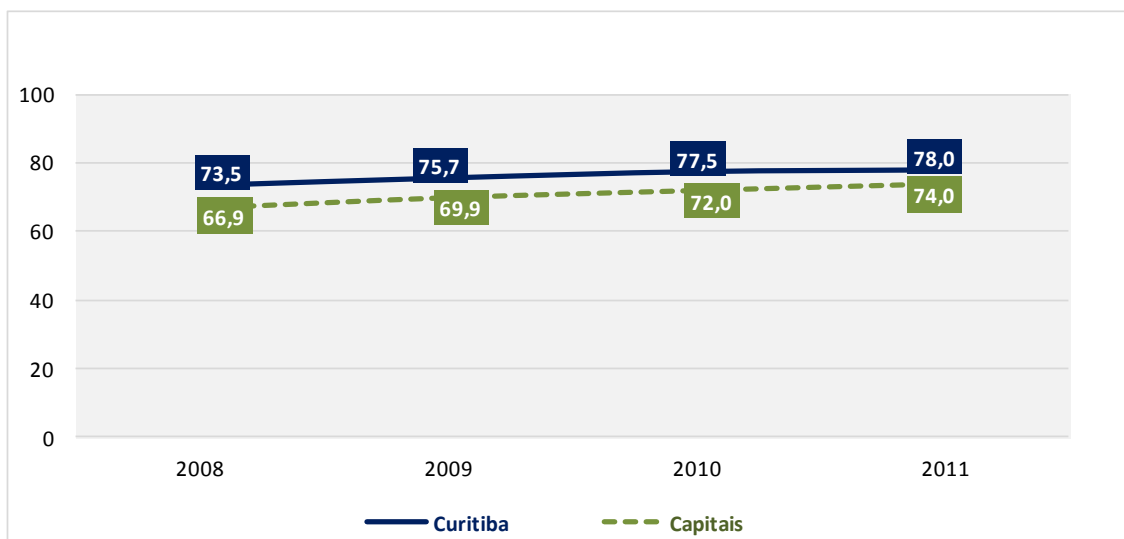
Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Curitiba registrou 78,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 6. Índices acesso – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 7. Índices acesso – destino x capitais: 2008-2011**



Estão entre os fatores identificados que atuam favoravelmente ao índice de competitividade do destino nesta dimensão:

- Disponibilidade de um aeroporto em município limítrofe – Aeroporto Internacional Afonso Pena, em São José dos Pinhais;
- Estrutura do terminal aeroportuário do destino, que conta com Centro de Atendimento ao Turista, lojas, restaurantes, lanchonetes, locadoras de veículos, serviço bancário, serviço de câmbio, facilidades para pessoas com deficiência e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo – ônibus convencional, ônibus executivo e táxi especial, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 19/09/11 e 23/09/11;
- As condições da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR277;
- Existência de um terminal rodoviário, que conta com Centro de Atendimento ao Turista, lojas, restaurantes, lanchonetes, serviço de táxi e facilidades para pessoas com deficiência;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional, ônibus executivo e táxi;
- Existência de um terminal ferroviário que atende ao município e pelo qual embarcam e desembarcam turistas em visita ao destino;
- Estrutura do terminal ferroviário para o atendimento ao fluxo turístico, que conta com lojas, restaurantes, serviço de táxi e sinalização interna em idioma estrangeiro;
- Visitantes contam com uma linha regular de transporte turístico (ônibus) que interliga os principais atrativos do destino e na qual são oferecidas informações em idioma estrangeiro e opção de embarque/desembarque nos principais atrativos turísticos;
- Não são comuns congestionamentos durante a alta temporada;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas, inclusive com adaptação para pessoas com deficiência;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o município e seus principais centros emissores de turistas nacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

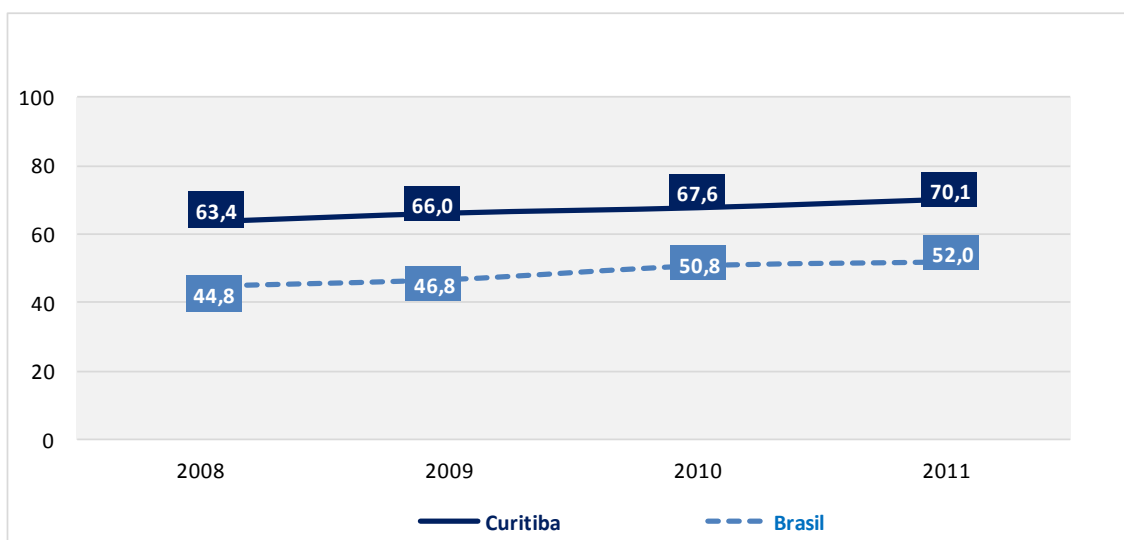
- Estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – carência de locadoras de veículos e serviço bancário;
- Estrutura do terminal ferroviário que atende ao fluxo turístico – como carência de serviço bancário e mais facilidades para pessoas com deficiência;
- Não há ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende o destino e seus principais centros emissores de turistas internacionais.

### 3.4 Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) centro de atendimento ao turista; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Curitiba registrou 70,1 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

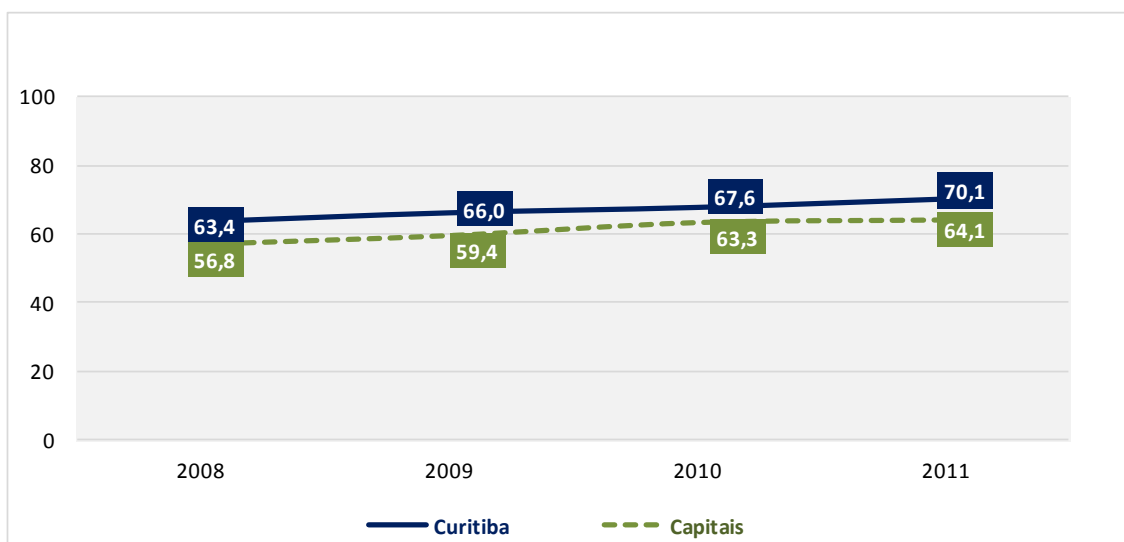
**Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**





A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 9. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta e estado de conservação da sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados, com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Existência e cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino, com oferta de estrutura, diversidade de serviços aos turistas, flexibilidade de horários e de dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Expo Unimed Curitiba –, sua estrutura, bem como sua capacidade para grandes eventos;
- Localização do centro de convenções em relação às áreas turísticas e oferta de transporte público para o local;
- Existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino;

- Oferta de outros espaços para a realização de eventos;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas, oferece acesso à internet nas unidades habitacionais e cumpre com os quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Disponibilidade guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur) e de uma organização de guias que representa a atividade;
- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos, de graduação e de capacitação nas áreas relacionadas ao turismo;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação;
- Há incentivo formal para que os estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental ou de sustentabilidade , como o Programa Papa Óleo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

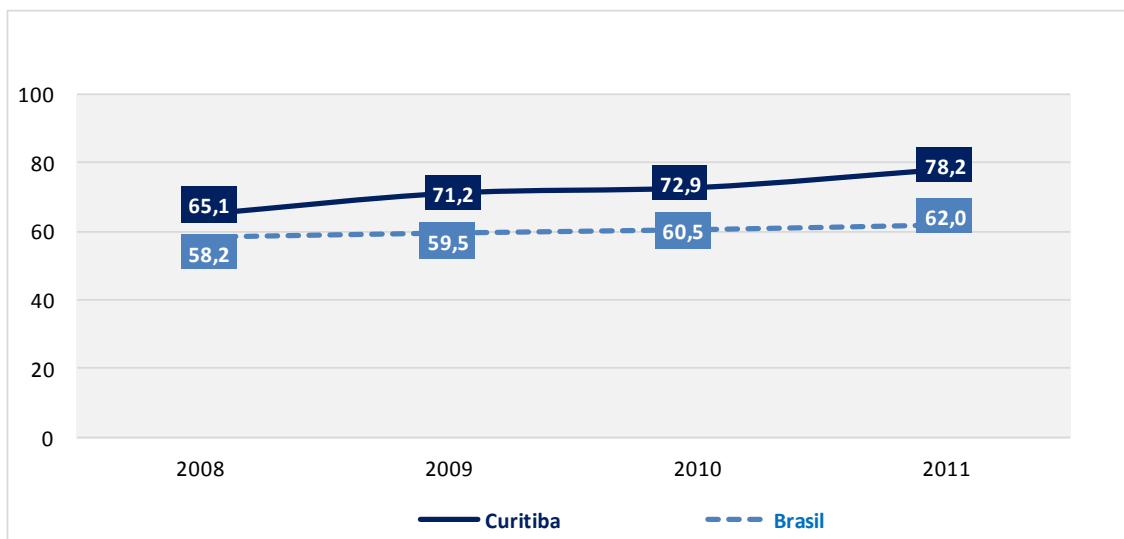
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em idioma estrangeiro e em braile nos atrativos;
- Ausência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem;
- A maioria dos empreendimentos alimentação não adota quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência.

### 3.5 Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

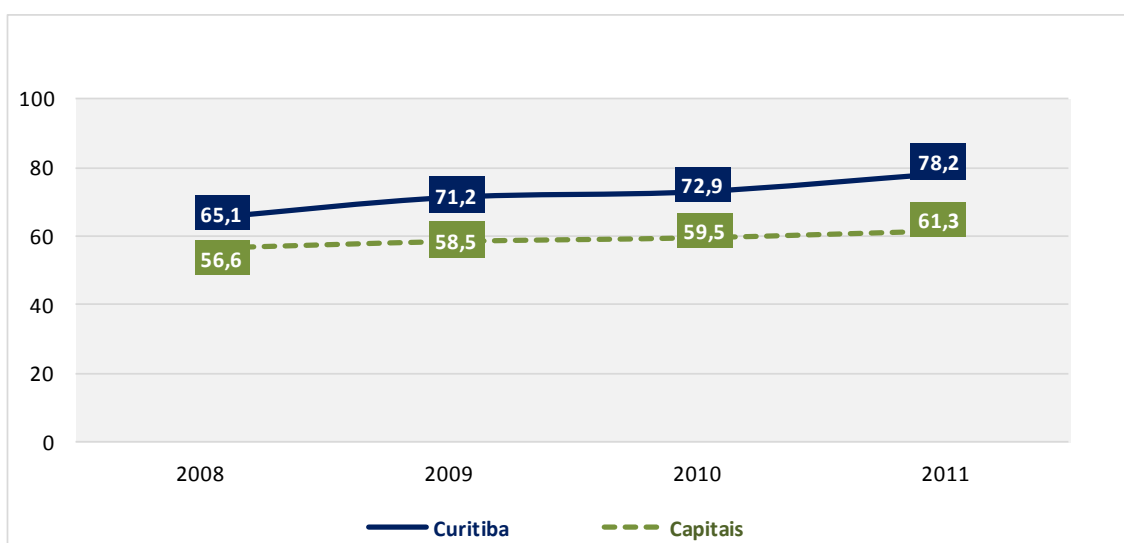
Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Curitiba registrou 78,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 10. Índices atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 11. Índices atrativos turísticos – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Jardim Botânico –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 19/09/11 e 23/09/11, e a manutenção da estrutura disponível no local;
- São adotados alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Museu Oscar Niemeyer (MON);
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado e a estrutura de apoio aos visitantes neste local;
- Há monitoramento do limite de capacidade de carga/controle de visitantes no MON e são adotados quesitos de acessibilidade no local;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Festival de Curitiba (Festival de Teatro) –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno, e pela adoção de alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local;
- O destino conta com atrativos de realizações técnicas e científicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos;
- São adotados quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no Centro Urbano de Curitiba (visitas técnicas sobre planejamento urbano, realizadas através do IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba).

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;

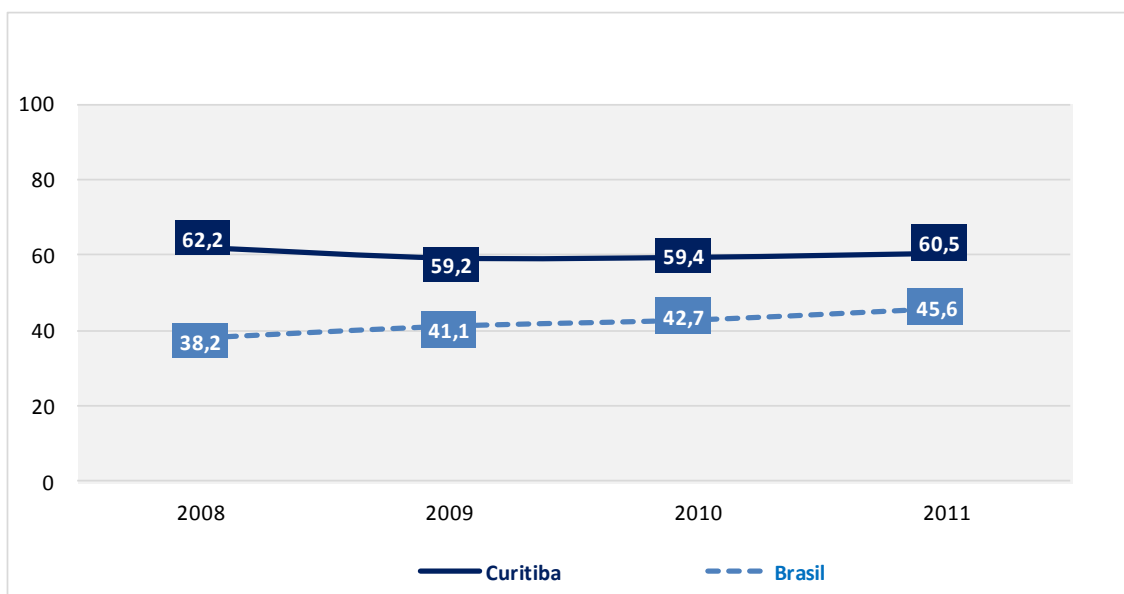
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica e científica sinalizada.

### 3.6 Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram analisadas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) página do destino na internet (*website*).

Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Curitiba registrou 60,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 12. Índices marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 50,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 13. Índices marketing e promoção do destino – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Curitiba na dimensão *Marketing e promoção do destino* foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- O município é contemplado por um plano regional – Plano de Gestão do Governo do Estado 2009-2012 – que prevê metas de mercado para o turismo no destino, apesar de não possuir um plano de marketing do destino, com metas e análises de ambientes definidos;
- O destino participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- Há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de relacionamentos estabelecidos, contagem de número de negócios efetivados, entre outros;
- O destino turístico produziu, em 2010 e 2011, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;

- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, impressa e *on-line*;
- Curitiba oferece ao turista uma central telefônica de informações turísticas através da qual os visitantes podem obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço [www.curitiba.pr.gov.br](http://www.curitiba.pr.gov.br) – traz informações turísticas sobre o destino;
- A principal página de turismo do destino, acessível pelo endereço [www.turismo.curitiba.pr.gov.br](http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br), sinaliza ao visitante sobre a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

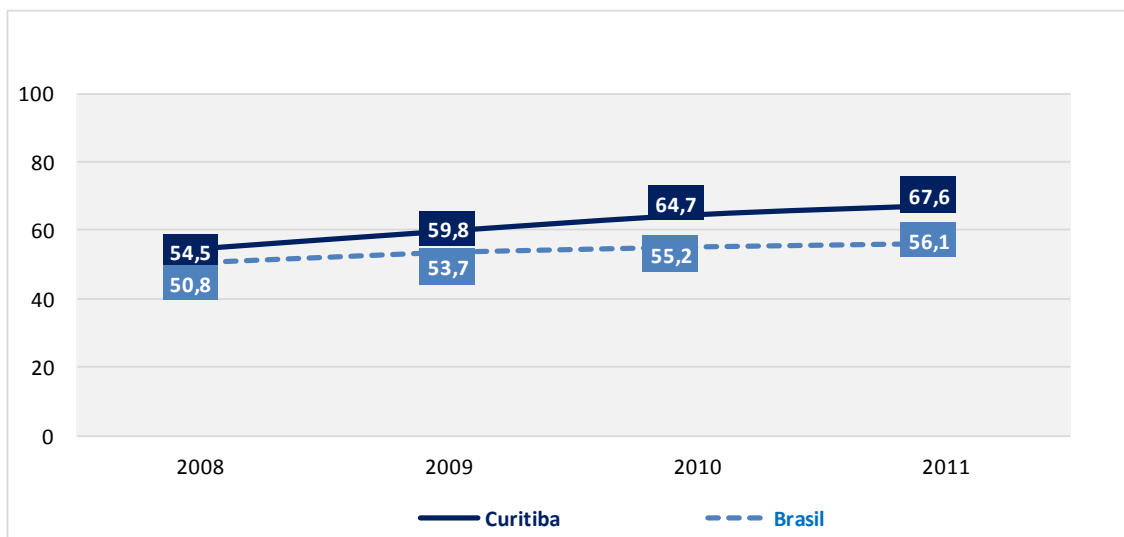
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- O material promocional de Curitiba não alerta o visitante sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Não há informações em idioma estrangeiro na página de turismo do destino – [www.turismo.curitiba.pr.gov.br](http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br) – e faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em preservar o meio ambiente.

### 3.7 Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas públicas* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

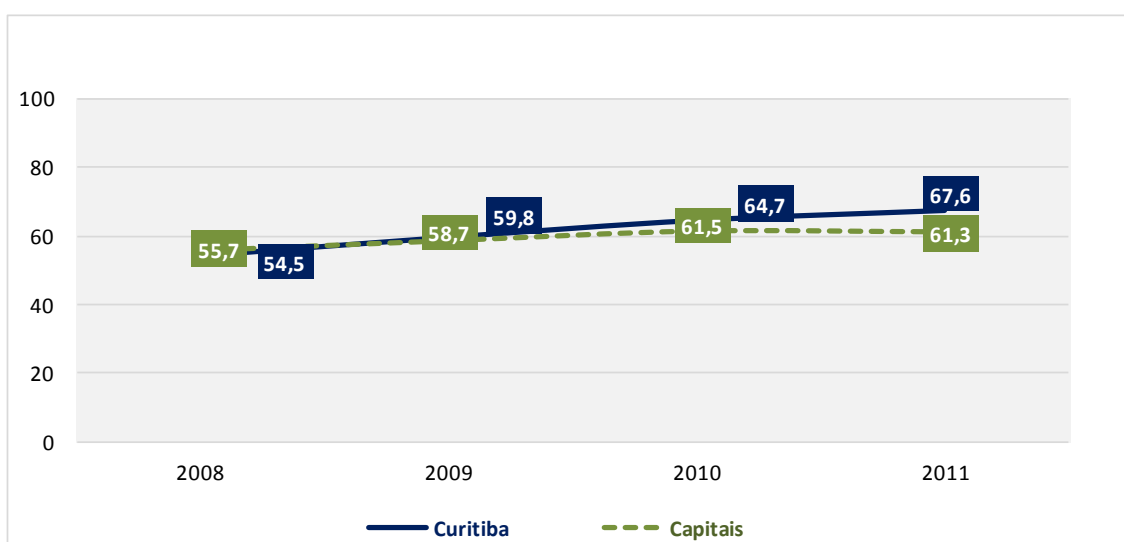
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Curitiba registrou 67,6 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 14. Índices políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 61,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 15. Índices políticas públicas – destino x capitais: 2008-2011**





Contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão fatores como:

- Existência de um órgão municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo e que dispõe de recurso próprio proveniente de um fundo voltado para o turismo;
- No ano anterior, o Instituto Municipal de Turismo desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Presença de uma instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, mantém representação junto ao Conselho Estadual de Turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programas de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – PNAFM;
- Existe um Plano Diretor Municipal que contempla o setor de turismo;
- O destino conta com planejamento formal para o setor de turismo;
- Foram realizadas ações e projetos executados em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O destino não recebeu, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo;
- O Plano Diretor Municipal não passou por revisão recentemente.

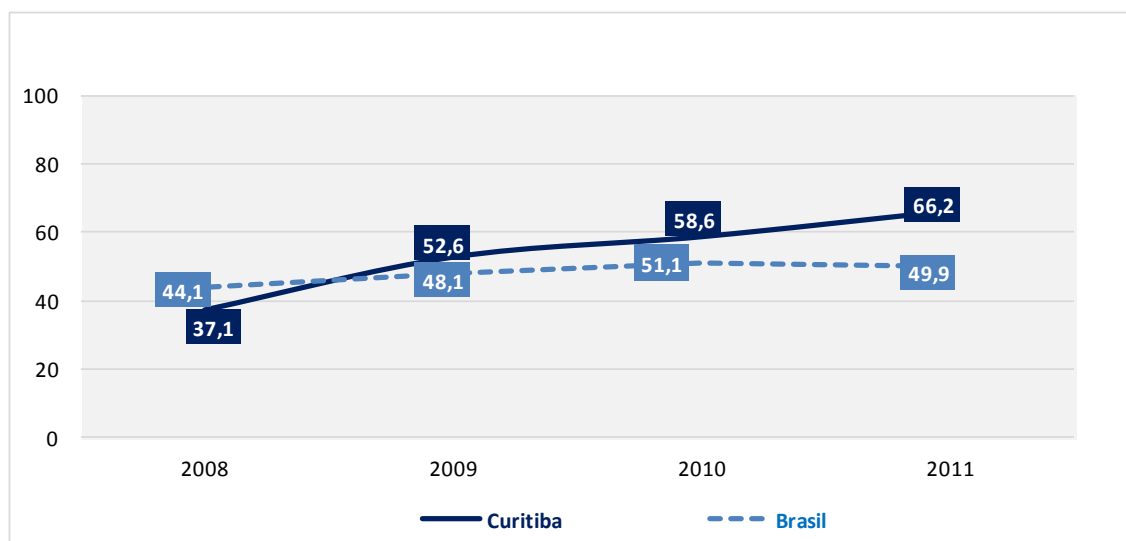
### **3.8 Cooperação regional**

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes à *Cooperação regional*: (i) governança; (ii) projetos de cooperação regional; (iii) planejamento

turístico regional; (iv) roteirização; e (v) promoção e apoio à comercialização de forma integrada.

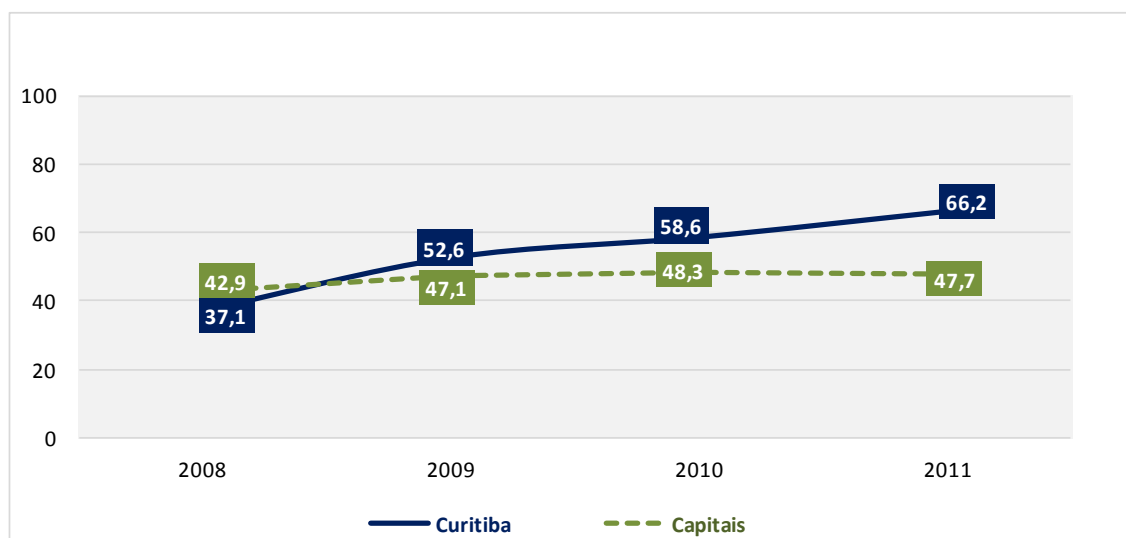
Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Curitiba registrou 66,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 16. Índices cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 47,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x capitais: 2008-2011



Na dimensão *Cooperação regional*, alguns dos fatores que exerceram impacto positivo sobre o índice obtido foram:

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Fórum Metropolitano de Turismo – que conta com a participação de diversos atores do segmento turístico da região;
- A instância regional dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação, realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, mantém reuniões mensais e dispõe de suporte para a condução de suas atividades, como na participação em eventos;
- Foram realizadas ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional no ano anterior;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região, entre eles, a região de Campos Gerais;
- Existência de um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas responsabilidades e metas de mercado e cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário da oferta turística e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte,

e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo;

- O destino produz/coproduz material promocional da região/roteiros turísticos dos quais faz parte.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

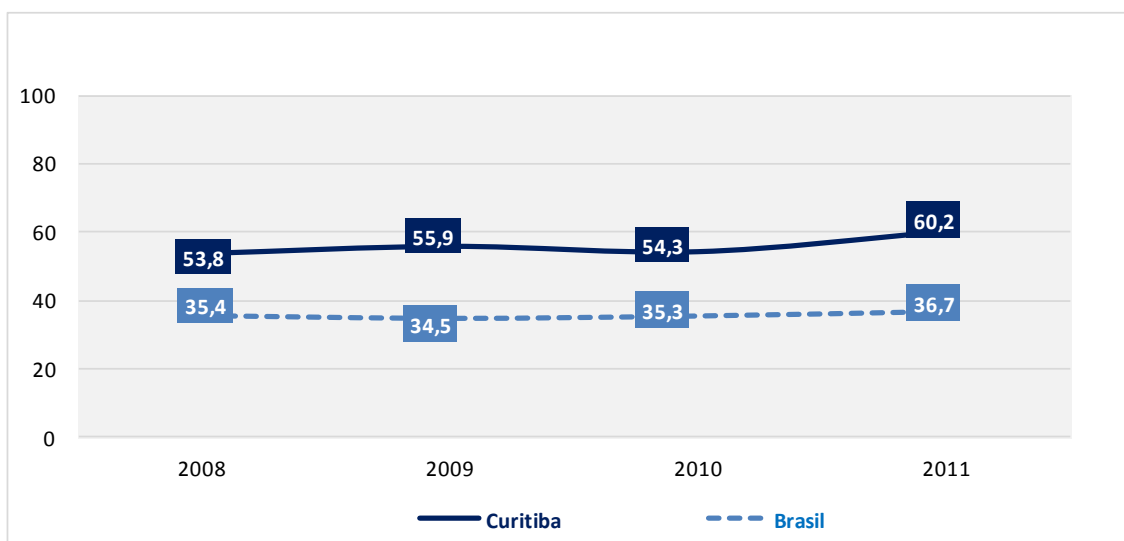
- O fato de a instância de governança regional – Fórum Metropolitano de Turismo – não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação e não contar com recurso próprio;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não considerou o monitoramento dos impactos ambientais, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- A elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não considerou o monitoramento dos impactos socioculturais e econômicos;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

### **3.9 Monitoramento**

Na dimensão *Monitoramento* foram analisados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv) medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

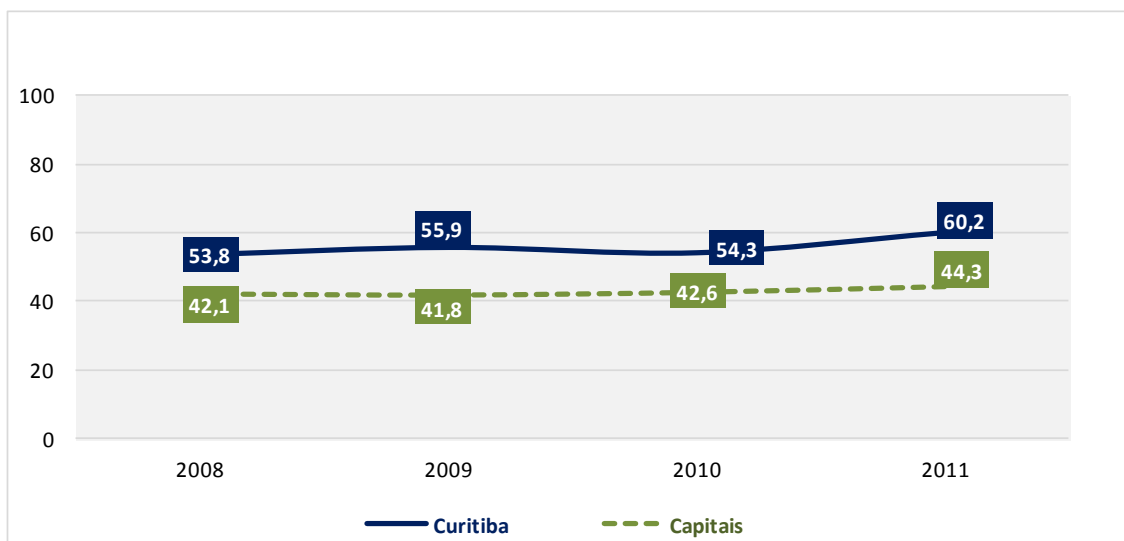
Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Curitiba registrou 60,2 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 18. Índices monitoramento – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 44,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 19. Índices monitoramento – destino x capitais: 2008-2011**



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica (3 vezes ao ano) levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- O destino conta com um sistema de indicadores de desempenho para o setor de turismo;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas de Curitiba;
- É realizado acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Há monitoramento periódico dos impactos sociais gerados pelo turismo, através da Agência Curitiba de Desenvolvimento;
- Há monitoramento periódico dos impactos ambientais gerados pelo turismo, com o monitoramento dos ruídos durante grandes eventos e o monitoramento do lixo produzido em parques em situações de grande fluxo de pessoas, como feriados e finais de semana;
- A administração pública local possui um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo, contando inclusive com graduados em estatística;
- Existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte: Uninter, Secretaria Estadual de Turismo e Observatório de Turismo da UFPR.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

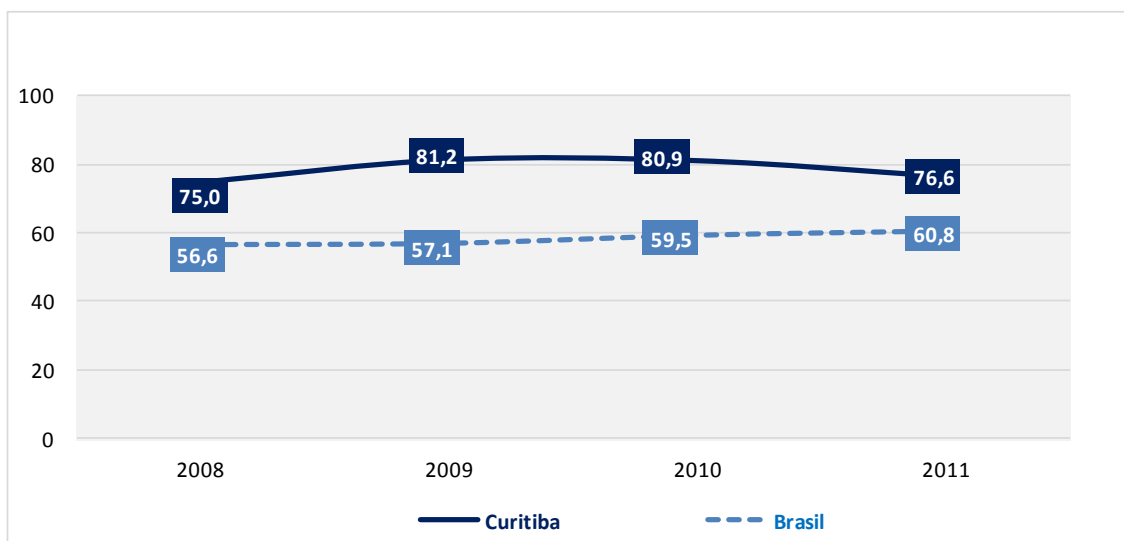
- Não há pesquisa de oferta atualizada (Inventário), levantamentos que, quando realizado, gera dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Não há relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo;
- Não há monitoramento dos impactos culturais gerados pelo turismo.

### 3.10 Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

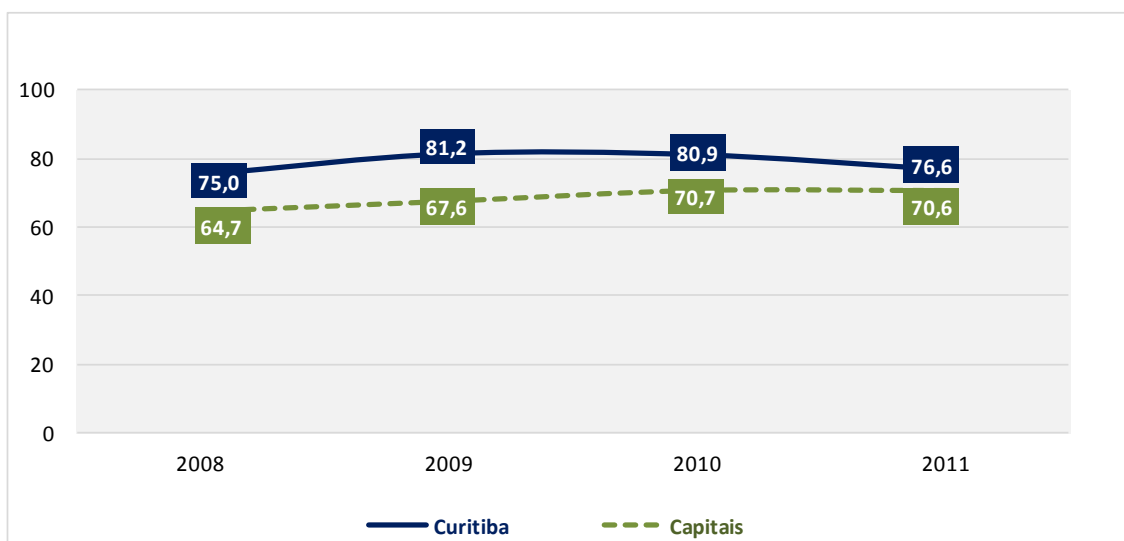
Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Curitiba registrou 76,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 20. Índices economia local – destino x Brasil: 2008-2011



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 70,6 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 21. Índices economia local – destino x capitais: 2008-2011



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como as ações realizadas pelo Sebrae;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional;
- Existência de um polo físico de negócios significativo para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- O destino não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;



- O destino não oferece benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor.

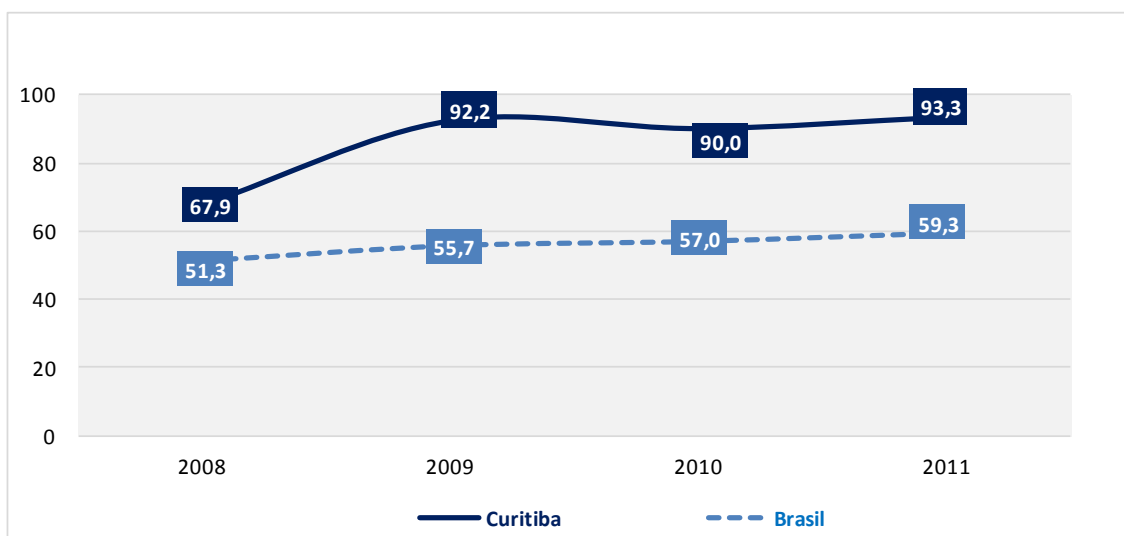
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

### 3.11 Capacidade empresarial

O *Índice de Competitividade* analisou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii) concorrência e barreiras de entrada; e (iv) presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.

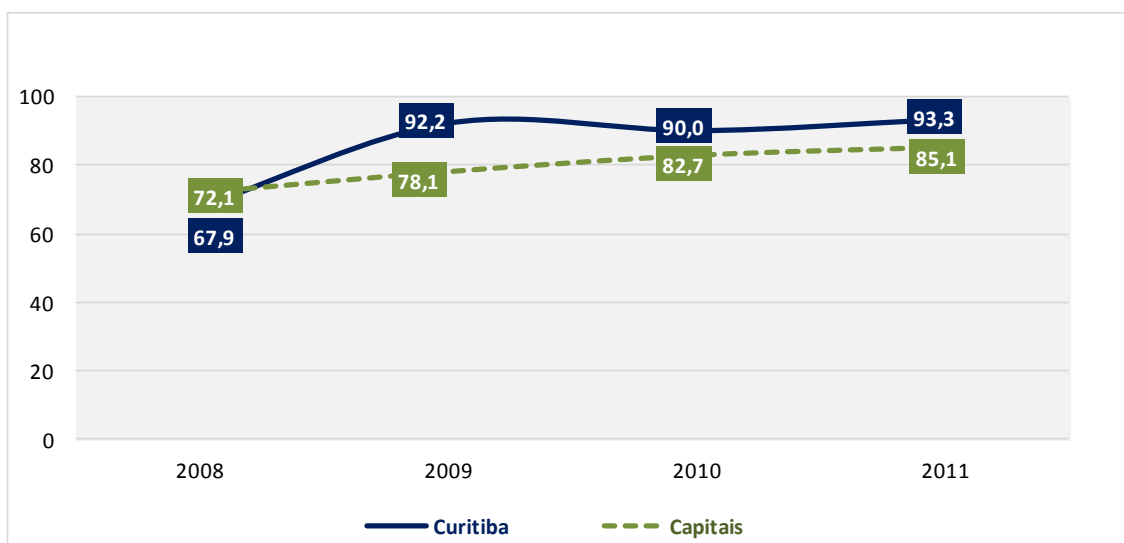
Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2011 foi 59,3. Curitiba registrou 93,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 22. Índices capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 85,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 23. Índices capacidade empresarial – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência, supervisão e operação técnica em meios de hospedagem e em estabelecimentos de alimentos e bebidas;
- Presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes e redes de meios de hospedagem;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos;
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

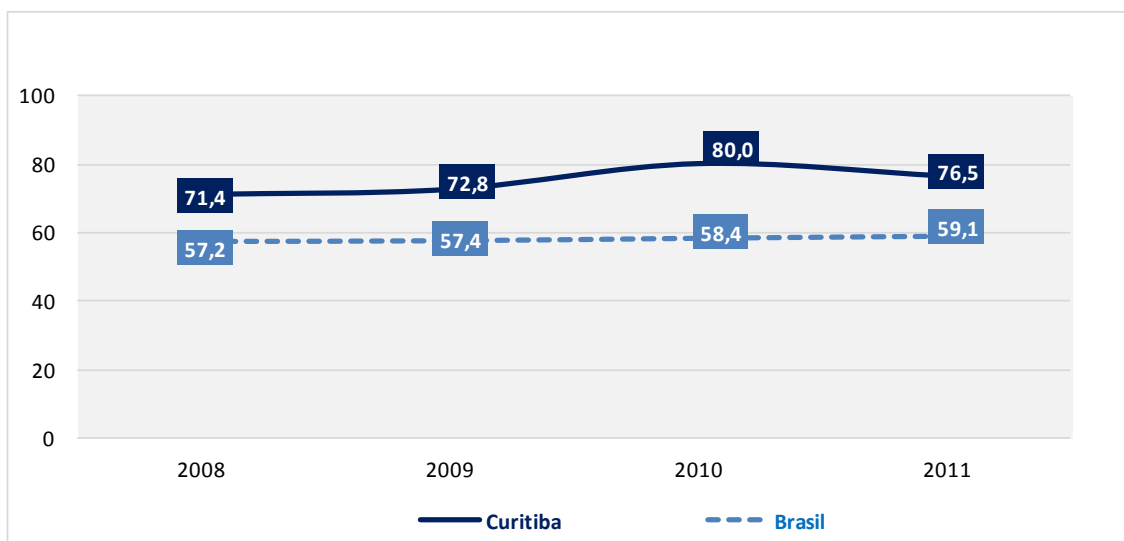
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos técnicos e de supervisão em agências ou operadoras;
- Não existem adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos (falta de incentivos fiscais).

### 3.12 Aspectos sociais

O *Índice de Competitividade* analisou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

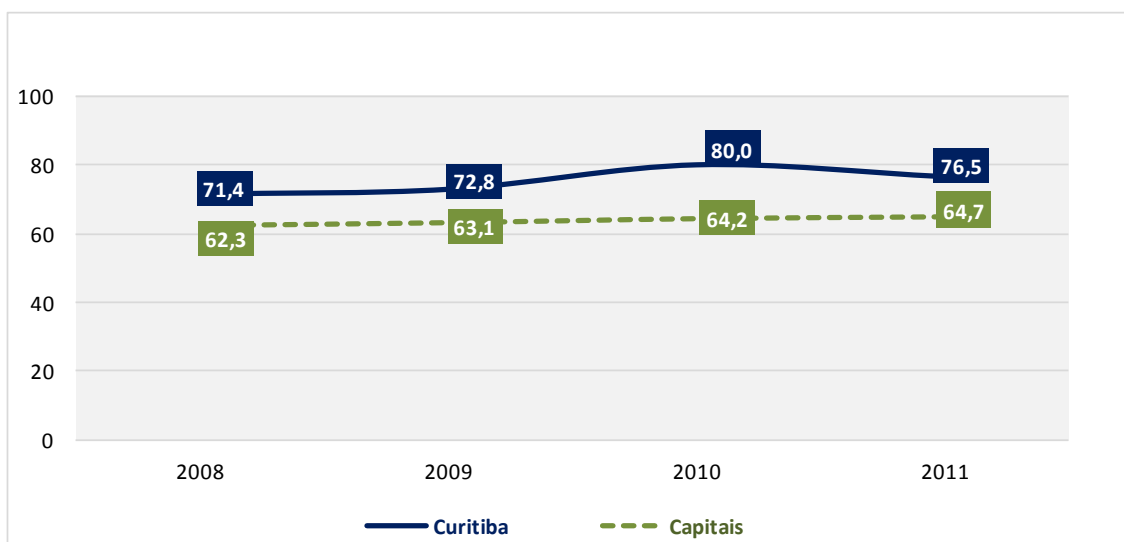
Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Curitiba registrou 76,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 24. Índices aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 25. Índices aspectos sociais – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- Aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo;

- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio de campanhas como o Bem Receber;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de audiências públicas;
- A comunidade local se envolve com a atividade turística por meio de audiências públicas, dos conselhos e fóruns.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Não há sensibilização do turista sobre o respeito à comunidade local ou para o respeito à cultura e ao patrimônio.

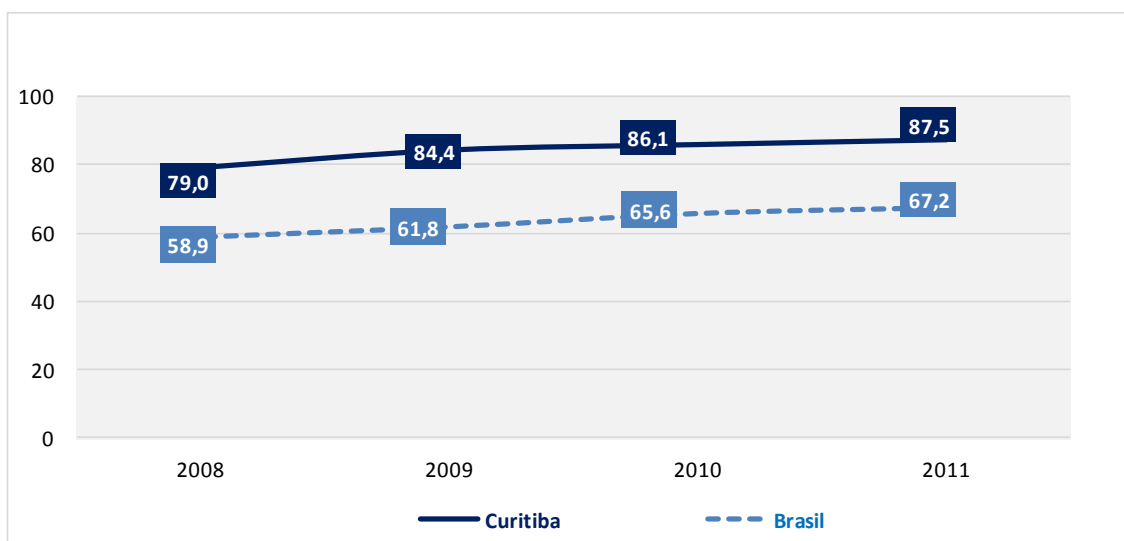
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

### 3.13 Aspectos ambientais

Para avaliar a dimensão *Aspectos ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em curso potencialmente poluidoras; (iii) rede pública de distribuição de água; (iv) rede pública de coleta e tratamento de esgoto; (v) coleta e destinação pública de resíduos; e (vi) unidades de conservação no território municipal.

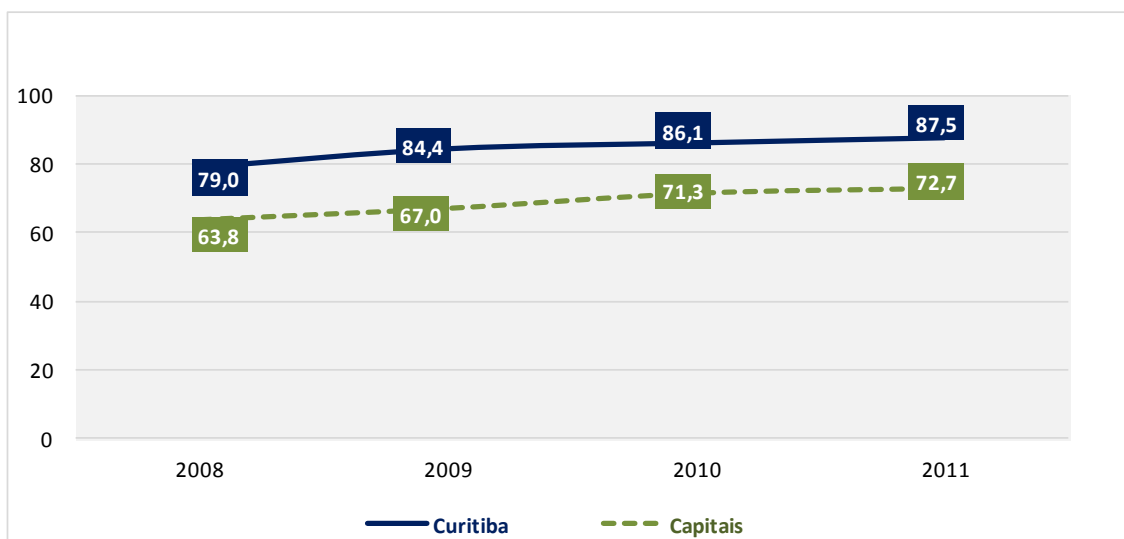
Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2011 foi 67,2. Curitiba registrou 87,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 26. Índices aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 72,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

**Gráfico 27. Índices aspectos ambientais – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de um órgão municipal com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotada de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com o Instituto Municipal de Turismo;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante;
- Disponibilidade de um Fundo Municipal para o meio ambiente efetivo – Fundo Municipal de Meio Ambiente –, cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar, contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- São realizadas campanhas de educação periódicas para o uso racional da água;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal, sendo o principal indicado o Parque Municipal do Barigui, onde há aplicação de plano de manejo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal (indústria química);
- Ausência de uma política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas);

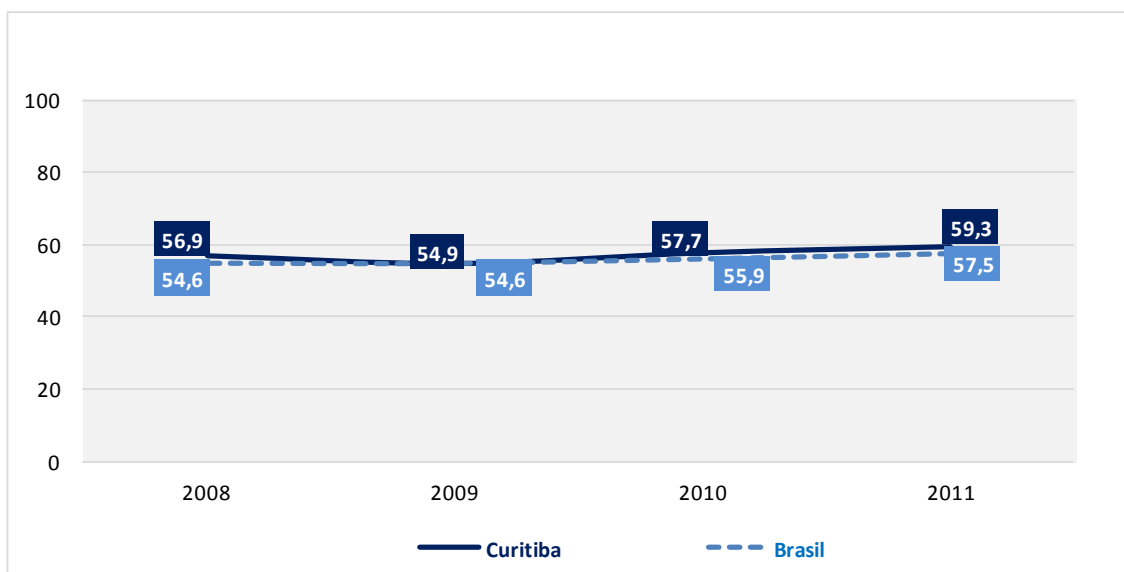
- Ausência de conselho gestor para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Municipal do Barigui.

### 3.14 Aspectos culturais

Nesta dimensão foram analisados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Curitiba registrou 59,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

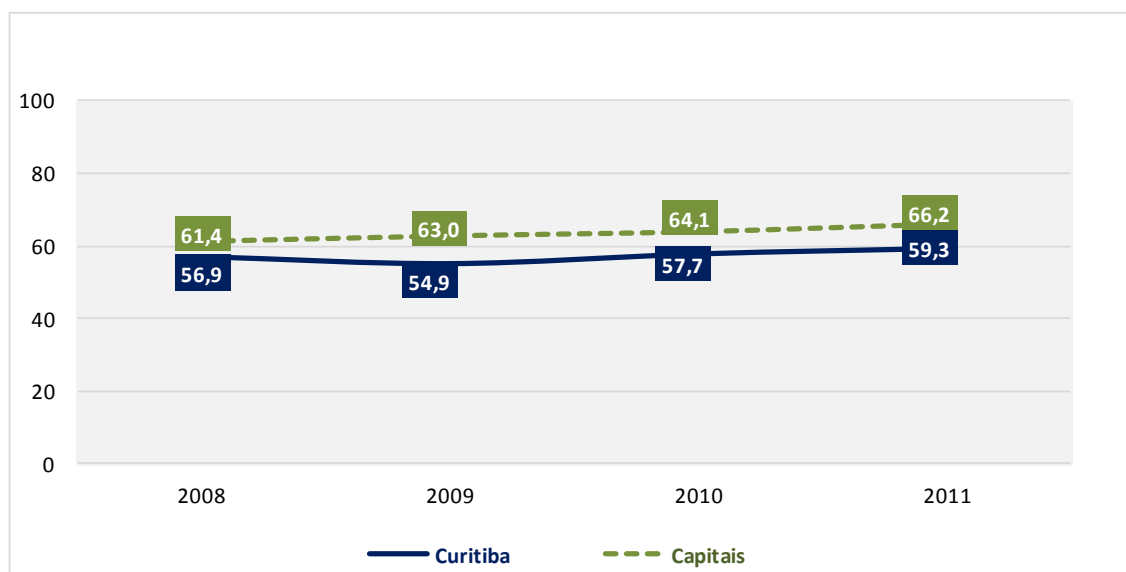
**Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011**



A média das capitais avaliadas posicionou-se em 66,2 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.



**Gráfico 29. Índices aspectos culturais – destino x capitais: 2008-2011**



O indicador de Curitiba foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por diversos fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – artesanato em madeira, cestaria italiana, pêsankas, entre outros – comercializada em esfera regional;
- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera regional: pratos a base de pinhão, influência das cozinhas alemã, italiana e polonesa;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território e da região onde está inserido – lendas e expressões típicas curitibanas (piá, vina, daí);
- Existem manifestações religiosas no destino – Corpus Christi, Festa da Luz, entre outras – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como o Grupo Meu Paraná (fandango), Balé do Teatro Guaíra, escolas de samba, entre outros;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Paço da Liberdade, Igreja São Francisco, Igreja do Rosário, Catedral Metropolitana, etc;
- Presença de um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura, que dispõe de recurso próprio e que,

no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município;

- O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e Fundo Municipal de Cultura, este último exclusivo e efetivo;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônios imateriais registrados e de patrimônios artísticos tombados que se constituam em atrativos turísticos;
- Inexistência de uma política de preservação de bens culturais imateriais;
- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura;
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural, aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

#### 4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1, apresentada a seguir, consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo. É possível verificar ainda os índices registrados nas quatro edições do *Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo das capitais avaliadas.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Curitiba, é possível concluir que, em 2011, houve aumento do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2011.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em *Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Capacidade empresarial, Aspectos ambientais e Aspectos culturais*.

A dimensão *Acesso* registrou estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Economia local e Aspectos sociais*, apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

**Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e capitais**

Dimensões	Brasil				Capitais				Curitiba			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	59,5	61,9	64,1	65,5	66,2	70,6	72,7	74,8
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	70,5	71,3	74,3	75,8	85,1	81,7	84,6	88,0
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	66,9	69,9	72,0	74,0	73,5	75,7	77,5	78,0
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	56,8	59,4	63,3	64,1	63,4	66,0	67,6	70,1
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	56,6	58,5	59,5	61,3	65,1	71,2	72,9	78,2
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	46,3	47,5	46,8	50,0	62,2	59,2	59,4	60,5
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	55,7	58,7	61,5	61,3	54,5	59,8	64,7	67,6
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	42,9	47,1	48,3	47,7	37,1	52,6	58,6	66,2
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	42,1	41,8	42,6	44,3	53,8	55,9	54,3	60,2
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	64,7	67,6	70,7	70,6	75,0	81,2	80,9	76,6
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	72,1	78,1	82,7	85,1	67,9	92,2	90,0	93,3
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	62,3	63,1	64,2	64,7	71,4	72,8	80,0	76,5
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	63,8	67,0	71,3	72,7	79,0	84,4	86,1	87,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	61,4	63,0	64,1	66,2	56,9	54,9	57,7	59,3

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

\* O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das "Capitais" refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.